

## « Le marketing des bibliothèques à l'ère du Web 2.0 »

Stockholm, 7-8 août 2010

Conférence satellite pré-congrès de l'IFLA

Section Management et Marketing

La Fédération internationale des associations de bibliothèques et institutions (IFLA) et sa Section Management et Marketing, en collaboration avec la Bibliothèque de l'Université de Stockholm, organisent une conférence satellite pré-congrès à Stockholm les 7 et 8 août 2010. Cet événement a lieu en relation avec le congrès annuel de l'IFLA qui a lieu à Gothenburg (Suède), la semaine suivante.

### Thème et objectifs

Le marketing de la bibliothèque et des services d'information du 21<sup>ème</sup> siècle auprès de leurs publics grâce à l'utilisation des outils du Web 2.0 constitue un enjeu très important et tout à fait d'actualité. Cette conférence satellite vise à faire le point sur les aspects et applications marketing du Web 2.0 (et non pas sur ses aspects plus techniques ou informatiques). Nous vous invitons à soumettre un projet de communication qui traite de l'un ou l'autre des aspects suivant :

- Quelles sont les implications du Web 2.0 et des réseaux sociaux pour le marketing des bibliothèques et des services d'information ?
- Comment les principes et pratiques du marketing sont toujours valables (le mix marketing, les quatre «P», etc.) avec les stratégies marketing de type Web 2.0 ?
- Quelles applications spécifiques du Web 2.0 sont les plus appropriées pour le marketing des différents types de bibliothèques (universitaires, publiques, scolaires et spécialisées) ?
- Est-ce que le Web 2.0 peut aider à mieux comprendre et à identifier les besoins des différents publics des bibliothèques ?
- Comment le Web 2.0 peut permettre de mieux répondre aux besoins des différents publics des bibliothèques ?
- Quelles technologies/outils permettent un meilleur marketing dans le contexte du Web 2.0 ?
- De quelle formation supplémentaire doivent disposer les bibliothécaires pour une meilleure utilisation de ces nouveaux outils marketing ?
- Quelles sont actuellement les meilleures pratiques d'utilisation du Web 2.0 en ce qui a trait au marketing des bibliothèques et services d'information ?
- Et tout autre sujet relié au thème général.

### Comment faire une proposition :

Les personnes intéressées sont invitées à soumettre une proposition pour une présentation d'environ 25 minutes sur l'un des sujets ci-dessus, présentation devant faire l'objet d'une publication sous forme d'article par la suite.

Les propositions peuvent être soumises dans l'une des langues officielles de l'IFLA, en plus de la langue du pays hôte: français, anglais, espagnol, suédois, arabe, allemand, russe et chinois.

Cependant, les présentations devront probablement être faites en anglais à moins qu'un financement puisse être trouvé pour l'interprétation simultanée.

Les propositions ne doivent pas comporter plus de 500 mots (1 page), doivent être soumises en format électronique (PDF ou .doc), et doivent être accompagnées d'un bref curriculum vitae du ou des auteurs.

**Les propositions doivent être envoyées à: [Rejean.Savard@umontreal.ca](mailto:Rejean.Savard@umontreal.ca)**

Évaluation des propositions: l'évaluation sera basée sur la qualité scientifique de la proposition (pertinence, base théorique, documentation, méthodologie, originalité) et sur les compétences des candidats et candidates définies selon : qualité/quantité de leurs publications/communications; importance; relations avec le thème de la conférence, expérience professionnelle, etc.

**L'échéancier suivant sera appliqué:**

15 janvier 2010: date limite pour proposer une communication  
25 février 2010: avis d'acceptation/refus et diffusion du programme  
30 juin 2010: date limite pour la remise des textes des communications  
Janvier 2011: Publication des Actes

**Comité scientifique chargé de l'évaluation:**

- **Judith Broady-Preston**, Aberystwyth University, (UK)
- **Dinesh Gupta**, Vardhaman Mahaveer Open University, (Inde)
- **Trine Kolderup Flaten**, Bergen Public Library (Norvège)
- **Christie Koontz**, Florida State University, (USA)
- **Àngels Massisimo**, Universitat de Barcelona (Catalogne, Espagne)
- **Lena Olsson**, Stockholm University (Suède)
- **Marielle de Miribel**, Mediadix, (France)
- **Réjean Savard**, Univ. de Montréal, (Québec, Canada)
- **Nadia Temmar**, École Supérieure de Banque (Algérie)
- **Christina Tovote**, Stockholm University (Suède)
- **Steffen Wawra**, Universitätsbibliothek Passau (Allemagne)